

واکاوی نقش رسانه در تعارض هویت زنان

چکیده

- امروزه رسانه‌ها از جمله مهمترین ابزارهای رشد و یا انحطاط جامعه محسوب میشوند که در زمینه سلامت محیط خانواده، پرورش و تغییر رفتارها و هیجانها به‌خصوص در زنان تأثیر بسزایی دارند به‌عبارتی؛ رسانه‌های نوین، عامل تغییرات در نهادهای هویت‌ساز شده‌اند و فضای مجازی عوامل معناساز هویتی را دستخوش تغییر نموده است هدف این مطالعه بررسی مسئله نقش رسانه‌ها در تعارض هویتی زنان است در این پژوهش، رسانه متغیر مستقل و تعارض هویتی زنان متغیر وابسته است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی بر اساس منابع؛ کتابخانه‌ای و الکترونیکی است که به صورت فراتحلیل (ترکیب و تحلیل داده‌های کمی و کیفی از پژوهش‌های متعدد) انجام می‌شوند. یافته‌ها بیان می‌دارد اثر گزاری رسانه بر هویت و تعارض هویتی زنان آشکار بوده و مهمترین نتایجی که از این تحقیق بدست آمده نشان می‌دهد که؛ 1- پژوهشی پیرامون اثر رسانه‌های داخلی بر هویت زنان انجام نشده. 2- تعارض هویت اجتماعی نسبت به تعارض هویتی فردی بیشترین مطالعات را به خود اختصاص داده است. 3- بیشترین پژوهش‌ها روی بن‌مایه آگاهی جنسیتی با 75٪ در بین بن‌مایه‌های تعارض هویت اجتماعی و بن‌مایه عقیدتی-دینی با 54٪ در بین بن‌مایه‌های تعارض هویتی فردی صورت گرفته است. 4- وابستگی و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی رابطه‌ی معنی‌داری با طلاق عاطفی زوجین و تمایل به روابط فرازناسویی دارد. 5- هرچه میزان سواد رسانه‌ای زنان افزایش یابد، میزان سلامت خانوادگی افزایش یافته و در نتیجه مشکلات رفتاری-هیجانی زنان و ناپایداری در زندگی مشترک کم می‌شود و تعامل افراد با خانواده‌ها افزایش می‌یابد. 6- شبکه‌های اجتماعی مجازی، منجر به رهایی زنان از انزوای فردی و بالاتر رفتن مشارکت اجتماعی آنان می‌شود. 7- شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث اختلال در هویت دینی و همچنین کاهش حجاب زنان در هویت فردی شده است.

کلیدواژه‌ها

رسانه، واکاوی، تعارض هویتی زنان، فراتحلیل

1- مقدمه و بیان مسئله

یکی از ساحت‌های مهم اجتماعی حیات بشری را، رسانه‌ها به خود اختصاص می‌دهند. تنوع رسانه‌ها تا این اندازه گسترش یافته است که افراد ناگزیرند برای ارتباط با رسانه‌های خاص، گزینش کنند. شهروندان جامعه مدرن، اکثر اوقات را با رسانه‌ها می‌گذرانند و از ارتباط با رسانه‌ها، احساس اطمینان و آرامش می‌کنند. گستره عمل رسانه‌ها شامل همه عرصه‌ها اعم از عرصه سیاسی، اقتصادی و اجتماعی است و اقتدار رسانه‌ها ارتباط تنگاتنگی با اقتدار دولت‌های متبوع دارد.

از یک طرف در جامعه امروزی، نقش و تأثیر رسانه‌ها بر کسی پوشیده نیست به‌عبارتی انسانها با پشت سر گذاشتن دوران‌های عقل - محور و سنت - محور اینک وارد عصر رسانه - محور شده‌اند. رسانه‌ها می‌توانند بر ارزشهای مخاطبان خود تأثیر بگذارند و در نهایت کنش‌های آنان را نیز تغییر دهند. از طرف دیگر زنان همواره محور و بنیان خانواده و نقطه اصلی به حساب می‌آیند. در گذشته، زنان ایرانی عمدتاً خانه‌دار بوده و به شکل اختصاصی و انحصاری، وظایف همسری و مادری‌شان را انجام می‌دادند و کار و اشتغال آنان در بطن خانه و خانواده و متمرکز بر همسر و فرزندان صورت می‌گرفت، لیکن زنان جامعه امروز در کنار نقش‌های مادری و همسری خود، به کار و فعالیت در خارج از خانه می‌پردازند و کنش آنان متأثر از ارزشهای فردی و اجتماعی آنان است. در این میان، نقش رسانه‌ها بسیار جدی و مهم است. رسانه‌ها می‌توانند الگوهای خاصی را به زنان معرفی کنند و حتی بر سبک زندگی آنان و تمامی کنش‌هایشان مؤثر واقع شوند. بنابراین سخن گفتن از رابطه میان مقوله‌ی رسانه و مسئله زنان از ابعاد متفاوتی می‌تواند دارای ضرورت و اهمیت باشد.

از آنجا که ظهور شبکه‌های اجتماعی، به‌ویژه با ماهیت تصویری در فضای غیررسمی و جذاب برای زنان، نقش قابل توجهی در ساخت هویت شخصی و اتخاذ سیاست زندگی درمورد اصول و ارزش‌های زندگی در عرصه جهانی-محلی ایجاد کرده است. از این‌رو، زنان در تلاش‌اند با فعالیت در این شبکه، هویت و تصویری متمایز و جدید از خود به نمایش گذارند و از این طریق در گروه‌های مختلف احساس تعلق و نقش‌آفرینی در آن‌ها ایجاد می‌شود (ربیعی، 1398) که احتمال تعارض هویتی در آنها بسیار مشهود است. لذا در این تحقیق بر آن است تا اثر

رسانه بر تعارض هویتی زنان را بررسی نماید. هدف کلی این مطالعه کیفی بررسی مسئله نقش رسانه در تعارض هویتی زنان است و اهداف جزئی آن به این شرح است؛ -تعیین مفهوم رسانه در جامعه امروزی و تعیین انواع آن -شناسایی مسائل و ابعاد مرتبط با هویت (هویت فرد، هویت جنسی، هویت اجتماعی، هویت ملی، هویت دینی زنان در جامعه اسلامی) -تعریف تعارض هویتی زنان - شناسایی عوامل مؤثر رسانه بر تعارض هویتی زنان. بر اساس اهداف مطرح شده پرسش اصلی تحقیق عبارت است از؛ رسانه‌ها در تعارض هویتی زنان چه نقشی دارند؟ و پرسشهای جزئی به این شرح است: در دنیای مدرن امروزی منظور از رسانه با توجه به پیشرفتهای حوزه فضای مجازی چیست؟ -تعریف هویت از نگاه زنان چیست و متناسب با تحقیقات موجود زنان به چه میزان از ابعاد هویتی خود آگاهی دارند؟ نگاه به مفهوم تعارض هویتی از منظر زنان چیست؟ در این مطالعه رسانه متغیر مستقل و تعارض هویتی زنان متغیر وابسته است. روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی و بر اساس منابع کتابخانه‌ای است. به عبارتی یک فراتحلیل از مطالعات گذشته پیرامون این بحث جمع‌آوری و مورد تحلیل و بررسی قرار می‌گیرد. فراتحلیل یک روش کیفی است که یافته‌های دیگر پژوهشها در موضوعی مشابه به‌عنوان داده می‌گیرد تا تفسیر جدیدی از پدیده مورد نظر ارائه دهد. به عبارتی داده‌های کمی و کیفی از پژوهش‌های متعدد ترکیب و تحلیل می‌شوند.

2- پیشینه و ادبیات نظری تحقیق

2-1- پیشینه تحقیق

در این بخش، پیشینه تحقیق پیرامون بحث رسانه و اثر آن در هویت زنان در مقالات علمی پژوهشی، رساله‌ها و پایان‌نامه‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. بخش بسیاری از ادبیات تحقیق برگرفته از مولفه‌ها و شاخص‌های مطالعه در پیشینه می‌باشد. در زمینه تأثیر رسانه‌ها بر هویت انسان تحقیقات زیادی صورت گرفته است به‌طوری‌که اثر رسانه بر هویت ملی بیشترین فراوانی را شامل می‌گردد اما در زمینه تأثیر استفاده از رسانه‌ها بر تعارض هویتی زنان تحقیقات کمتری انجام شده است. به عبارتی مولفه‌های مختلف رسانه و شاخص‌های مختلف هویت زنان در جامعه‌ی آماری مختلفی به‌صورت پراکنده و محدود مورد بررسی قرار گرفته است که در این نوشتار سعی بر این است تا همان مطالعات اندک مورد بررسی و بحث قرار گیرد. خلاصه نتایج تحقیقات از رابطه‌ی معنادار شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی و همچنین اثر پذیری هویت ملی، قومی، دینی و خانوادگی از رسانه‌ها حکایت دارد. در بحث هویت زنان به عنوان نمونه می‌توان به موارد زیر اشاره نمود؛

- سفیری و معروف‌پور در مطالعه خود بیان داشته‌اند که با تغییر سبک زندگی در دو دهه اخیر در خانواده‌ها تعارضاتی فردی و جمعی رخ داده است.
- بوربور و تاجیک‌اسماعیلی در مطالعه خود بیان داشته‌اند که 90 درصد زنان مورد مطالعه در شهر تهران بیش از دو ساعت در روز از شبکه‌های اجتماعی (تلگرام) استفاده می‌کنند و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، در تبیین هویت اجتماعی زنان، نقش داشته‌است.
- یافته‌های پژوهش بحرانی و همکاران ضمن تأیید تفاوت سبک زندگی دختران و پسران، بیانگر آن است که فن‌آوری‌های جدید ارتباطی با هویت ملی و دینی و سبک زندگی دختران و پسران هر دو، معنادار بوده، اما رسانه‌های جمعی داخلی تنها با هویت و سبک زندگی دختران دارای رابطه است. همچنین از بین ابعاد مختلف هویت، هویت ملی و دینی فقط در مورد دختران رابطه معناداری با پذیرش سبک زندگی جدید داشته است.
- رسانه‌های نوین، عامل تغییرات در نهادهای هویت ساز شده‌اند و فضای مجازی عوامل معناساز هویتی را دستخوش تغییر نموده است.
- صنعت‌خواه در مطالعه خود بیان می‌دارد که مصرف رسانه، بیشترین تأثیر مستقیم و مثبت را بر سبک زندگی دارد.
- بیگی ملک‌آباد در مطالعه خود بیان می‌دارد که؛ اشتغال، حجاب و... از جمله عواملی‌اند که در موقعیت جدید زن ایرانی را به نوعی با چالش هویتی روبه‌رو ساخته‌اند.
- نتایج حاصل از پژوهش فرهنگد و همکاران نیز بیانگر این اصل بوده که؛ گسترش کارکردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در این دوران منجر به تغییراتی عمیق شده، تغییراتی که در نگاهی کالمنجر به تغییر و بازاندیشی در هویت انسانها به‌خصوص جوانان در عصر جامعه‌ی اطلاعاتی شده است (سیفی به نقل از فرهنگد و همکاران 1394).

2-2- مبانی نظری تحقیق

در این مقاله تلاش شده است تا با تلفیق نقش رسانه در تعارض هویتی زنان، نشان دهیم که چگونه قابلیت های رسانه می تواند موجب تعارض هویتی زنان شود و این تحول چگونه برکنش های زنان منثور واقع می شود. در این زمینه از نظریات و مفاهیم و کاربردهای مختلف مرتبط با رسانه استفاده می گردد. در این میان تعیین تعارضات هویت و دسته بندی هویت زنان در عرصه های مختلف می تواند مسیر را برای تحقیق روشن نماید. جایگاه زنان به عنوان قشری عظیم از جامعه که پرورش روحی و ذهنی آنان تأثیرات بسزایی در رشد و توسعه جامعه در پی خواهد داشت بر کسی پوشیده نیست؛ اما تاریخ بشر روایتی دیگری از زن و جایگاه وی ارائه می دهد در تاریخ جهان زنان به اندازه مردان در قدرت سهمیم نبوده اند و عمدتاً در حاشیه حضور داشته اند (نیک خواه قمصری و احمدی، 1402: 229) لیکن در دوران معاصر و کنونی با توجه توسعه جوامع بشری نقش زنان افزایش یافته و این نقش از زمانیکه رسانه های دیجیتالی مطرح گردید فزون تر شده است. لذا توسعه جوامع بشری و مدرنیته در زندگی زنان بر هویت آنها اثر گذاشته است. بطور عمده بر مبنای تئوری های گیدنز، تاجفل و بورک و مطالعات پیشین، بر وجود تعارض هویتی زنان در پی مدرنیته و شیوه زندگی نوین در دو بعد فردی و جمعی تاکید می کنند. در واقع؛ طبق نظر نظریه پردازان مورد بحث؛ هویت در دو بعد فردی و جمعی قابل تقسیم است؛ در بعد هویت فردی، توجه به ویژگی های ظاهری (مدیریت بدن)، ویژگی های شخصیتی (روانی)، اعتماد به نفس و دارا بودن حق استقلال و در بعد هویت جمعی، توجه به ویژگی های خانوادگی، آگاهی های جنسی و ارزش های فرهنگی قابل تقسیم است (سفیری و معروف، 1396: 55).

2-2-1- متغیرهای وابسته

- هویت و هویت زنان

فرهنگ هنر آکسورد هویت را چنین تعریف می کند: «خصوصیات، احساسات و باورهایی که باعث تمایز انسانها می شود» به عبارتی هویت به مجموعه نگرش ها، ویژگی ها و روحیات فرد و آنچه وی را از دیگران متمایز می کند، گفته می شود. از دیدگاه تعاریف دیگر هویت ها همیشه تولید و بازتولید میشوند (کاستلز، 1380). هویت مفهومی است ناظر بر حالات و اعمال شخصی که ریشه در تربیت خانوادگی، آموخته های فرهنگی و باورهای اجتماعی دارد و تشخیص و فردیت شخص یا جامعه را تشکیل میدهد (حقدار، 1380). مفهوم هویت به صور گوناگونی دسته بندی شده است. ابتدایی ترین آن هویت فردی و جمعی است. بررسی عناصر و عواملی که موجب ساخت هویت زنان می شود، نشان می دهد، زنان در فرایند هویت یابی تحت تاثیر سه عامل هستند، که بر یکدیگر تاثیر متقابلی به جای می گذارند. این سه عنصر عبارتند از جنسیت، خانواده، جامعه و ساختارهای آن. اما تاثیر جامعه بر هویت یابی زنان در اشکال سه گانه؛ جامعه پدرسالار، مردسالار و انسان مدار است. شکل گیری جامعه ای که مبتنی بر توصیه های دینی و ارزش های مذهبی باشد؛ ضمن کسب هویتی متعادل برای زنان موجب نزدیکی آنها به دین و آموزه های دینی می شود (خجسته، 1386: 54-55).

- تعارض هویتی زنان

یکی از مسائل مهم مرتبط با موضوع هویت، بحث تعارض هویتی است. وجود حدی، از تفاوتها، تعارضها و تضادها در زندگی بشر به واسطه تفاوتها، بین انسانها طبیعی به نظر میرسد. آنچه که موضوع تعارض هویتی را تبدیل به یک مسئله می کند آنجاست که افراد در شناخت خود دچار یک دوگانگی و تعارضی گردند که نتوانند به یک هویت ثابت دست یابند. این مسئله به خصوص در دوران نوین که نتیجه صنعتی شدن و گسترش فناوری، و در نتیجه تغییر سبک زندگی افراد است، بیشتر خودنمایی میکند. امروزه در جوامع مختلف، شبکه های سایبری، وضعیت جدیدی، را برای، کاربران فراهم کرده و مرزهای تازه ای را در شکل گیری خرده فرهنگها، ارزشها و هویت جوانان پدید آورده اند. در نتیجه بین آنچه که به عنوان هویت در آنها درونی شده بود و هویت های جدید، که با توجه به شرایط جدید کسب میکنند دارای تعارض می شوند. در کشورهای جهان سوم این تعارض بیشتر است و همچنین تداوم آنها منجر به بروز بحرانها و شکاف های اجتماعی می شود. در ایران شکاف های پدید آمده، ناشی از نوسازی است و بحران خیزی جامعه ایران ناشی از تقابل سنت و نوسازی است و بحران هویت، ریشه در روند نوسازی دارد (صالحی و دیگران، 5110). در نتیجه انسان امروز، در کشاکش بین این دو نیروی متعارض است و تبعات فردی و اجتماعی مانند؛ استرس و اضطراب و اعمال خشونت و... می تواند داشته باشد تعارض هویتی زنان شامل تعارض فردی و تعارض جمعی است.

- تعارض فردی

این نوع تعارض در درون فرد اتفاق می افتد و زمانی رخ می دهد که فرد در جهت رسیدن به اهداف به مانعی برخورد کند (به نقل از رضائیان، 1382). تعارض هویتی چالشی که فرد در برآوردن ابعاد گوناگون تشکیل دهنده هویت خویش با آن مواجه است و ممکن است از تعدد یا

تفاوت این ابعاد ناشی شده باشد در این تحقیق تعارض فردی هویت شامل چهار شاخص ویژگیهای ظاهری- ویژگیهای روانی- اعتماد به نفس و استقلال است.

- تعارض جمعی

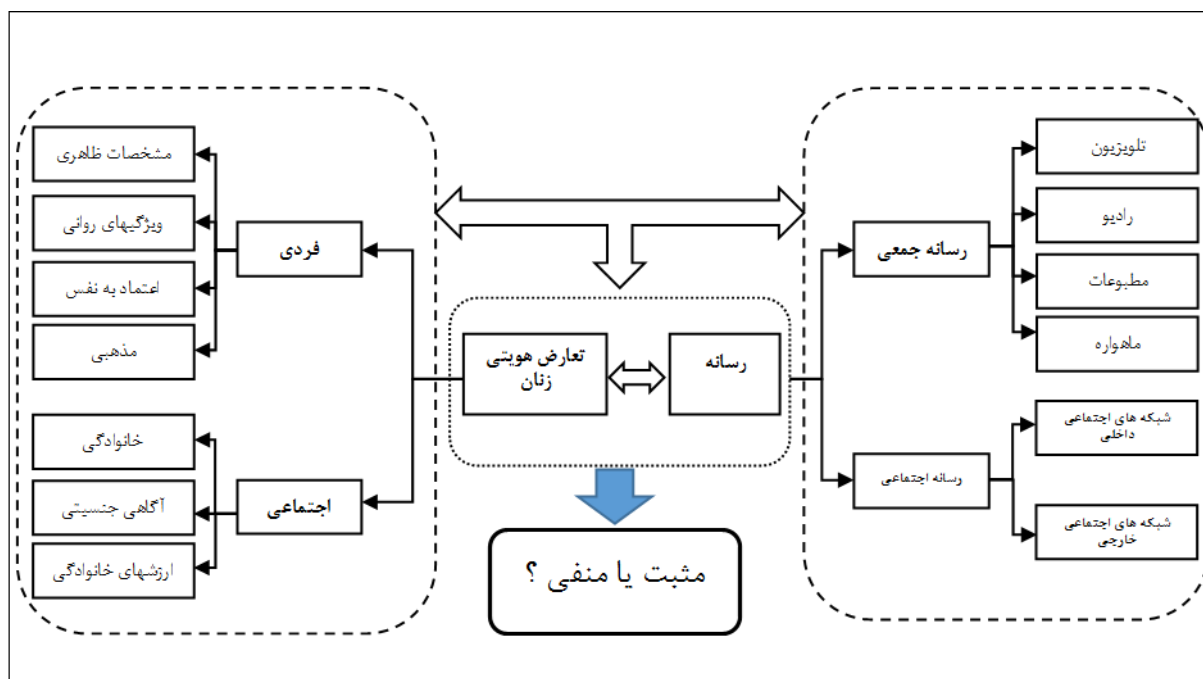
تعارض جمعی بین دو یا چند فرد رخ می‌دهد که دارای ارزشها، آرزوها، سبکهای ارتباطی و دیدگاههای متفاوت هستند. از جمله نشانه‌های تعارضات بین افراد، صحبت نکردن همکاران با یکدیگر و اعتنا نکردن به یکدیگر، بدگویی یکدیگر، رد کردن و آگاهانه به تضعیف یکدیگر پرداختن است. در این تحقیق تعارض جمعی هویت شامل سه شاخص خانوادگی- آگاهی جنسی- ارزشهای خانوادگی است. جمع‌بندی مطالعات نشان می‌دهد؛ وجود تعارض هویتی زنان در پی مدرنیته و شیوه زندگی نوین در دو بعد فردی و جمعی وجود دارد. در واقع؛ طبق نظر نظریه‌پردازان مورد بحث؛ هویت در دو بعد فردی و جمعی قابل تقسیم است. گیدنز در این راستا به طور جزئی‌تری به مسایلی همچون اعتماد و امنیت وجودی، سبکهای مختلف زندگی شخصی، رابطه ناب و تاثیر آن بر زندگی مدرن، انگیزش، خانواده و مدیریت بدن می‌پردازد (سفیری و معروف‌پور، 1396: 55)

2-2-2- متغیر مستقل

- رسانه

در تعریف رسانه باید گفت که رسانه یک واسطه عینی و عملی در فرایند برقراری ارتباط است. تمام رسانه‌ها از ویژگی پیام‌رسانی بر خوردارند. رسانه‌ها، جلوه گاه حضور فرهنگی، معنویت آفرینی و تلاش انسان جدید هستند فلذا خود به عنوان عنصر مهم و بنیادین فرهنگ جدید شناخته می‌شوند. بنابر این گسترش و جهانی شدن رسانه‌ها خود به معنی گسترش و جهانی شدن فرهنگ جدید است. این رسانه‌ها به عنوان حامل مهمترین نمادهای فرهنگ نو شناخته می‌شوند و بر تمامی شئون اجتماعی از سیاست و اقتصاد گرفته تا ارزش و رفتارهای روزمره مردم جوامع مختلف تاثیر می‌گذارند. پیام در رسانه دارای سه رکن در ارتباط است نخست اینکه پیام مجموعه‌ای از کلمات یا تصورات را توصیف می‌کند که به نحوی درجایی ابراز شده‌اند. دوم معنای محتوای ارتباطی است که در نظر فردی آن را اظهار میکند، وجود دارد. سوم بیانگر معنایی است که دریافت کنندگان پیام به محتویات آن نسبت می‌دهند (عباسی به نقل از ویندال و دیگران، 25: 1386-26). رسانه‌ها به دو دسته جمعی و اجتماعی قابل تقسیم است که عبارت‌اند از: رسانه‌های جمعی: روزنامه و مجلات، رادیو، تلویزیون داخلی، ماهواره خارجی و رسانه‌های اجتماعی: شبکه‌های مجازی و اینترنت (کنعانی و دیگران، 1398: 43).

شبکه‌های اجتماعی نوین، نتیجه رشد تکنولوژیکی در دو زمینه اینترنت و تلفن همراه است. از نقطه نظر روجک در کتاب « مطالعات فرهنگی اشکال اینترنتی هم مانند دیدارهای شبکه‌ای و توسعه امور خصوصی، بسیار مورد توجه در بین افراد قرار گرفته است. رشد اینترنتی و تلفن همراه و فراگیر شدن آن در سطوح فرهنگی، اجتماعی و سیاسی باعث وسعت عرصه عمومی گشته و به نوعی انقلاب برابر در عرصه تعاملات همگانی و فرهنگ توده‌ای در طول یکی دو دهه اخیر، ایجاد کرده‌اند. تلفن همراه و اشتراک عکس و دل‌نوشته‌ها نه تنها به عنوان یک وسیله ارتباطی و تعاملی، بلکه وسیله‌ای جانبی برای تعیین هویت و بازشناسی فرهنگی جدید است که بدون پیشینه بوده است. رسانه‌های اجتماعی دارای چند خصوصیات ذاتی هستند: به سهولت در دسترس کاربران اند، سرعت تولید و مبادله بسیار زیاد است، چندرسانه‌ای اند، محتوایشان تغییر می‌کند و به شکل تعاملی اند. اصطلاح رسانه‌های جدید جدید یا به روز از سال برای عصر دوم این رسانه‌ها به کار می‌رود مانند اینستاگرام، یوتیوب و فیس‌بوک که هم کاربر و هم مخاطب با نوشتن یادداشت و نظر تولید کننده‌اند، رقابتی و متنوع‌اند (ربیعی، 1401: 37). بنابراین بر اساس تعاریف و مبانی نظری تحقیق می‌توان ارتباط رسانه با تعارض هویتی زنان را در قالب مدل مفهومی در تصویر شماره یک تعیین نمود.



تصویر شماره یک-مدل مفهومی تحقیق

3- روش تحقیق

روش تحقیق توصیفی-تحلیلی بر اساس منابع چاپی؛ کتابخانه‌ای و الکترونیکی است که به صورت فراتحلیل انجام می‌پذیرد. فراتحلیل یک روش کیفی است که یافته‌های دیگر پژوهش‌ها در موضوعی مشابه را به‌عنوان داده می‌گیرد تا تفسیر جدیدی از پدیده مورد نظر ارائه دهد. به‌عبارتی داده‌های کمی و کیفی از پژوهش‌های متعدد ترکیب و تحلیل می‌شوند.

بنابراین فراتحلیل، مقایسه نتایج تحقیقات دیگران است. یعنی اینکه؛ از تحقیقات و نتایج آنها و تحلیل موجود، تحلیل دیگری عرضه کنیم تحقیقات انجام شده را ارزیابی نماییم. در این روش ابتدا؛ نتایج پژوهش‌ها شناسایی می‌شود و سپس، این نتایج با یکدیگر مقایسه شده و در نهایت یک ارزیابی کلان از مجموع پژوهش‌های صورت گرفته ارائه می‌گردد. در این روش با تلفیق و منسجم کردن یافته‌های پژوهش‌های پیشین و کشف عناصر اساسی آنها به مفهوم‌سازی و نتایج آنها در قالبی جدید و در نهایت به توصیف، تفسیر و به‌عبارتی روشن‌تر به تبیین آن عناصر و یافته‌ها می‌پردازیم.

آنچه که بر اهمیت و کاربرد این روش تحقیق افزوده است، نقش آن در ترکیب و یکپارچه‌سازی پژوهش‌هایی است که به صورت انفرادی و پراکنده انجام گرفته است.

فراتحلیل روش‌های متفاوتی دارد که فراتحلیل کیفی و فراتحلیل کمی از جمله این روش‌ها هستند فراتحلیل کمی به منظور منسجم کردن نظریه‌ها و یافته‌های پژوهش‌های انجام شده در یک حوزه پژوهش خاص، از طریق فنون آماری می‌پردازد. فراتحلیل کیفی افزون بر منسجم کردن روش‌ها و یافته‌ها، تفسیر عمیق و جامعی از موضوع پژوهش ارائه می‌دهد. برتری فراتحلیل کیفی بر فراتحلیل کمی را در ارائه تفسیرهای عمیق و همه‌جانبه می‌دانند که تنها به مرور آماری و ترکیب نتایج به دست آمده نمی‌پردازد بلکه در نظر دارد که موضوع پژوهش را به لحاظ زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی نیز مطالعه و تحلیل و تفسیری فراتر از تصویرهای موجود، ارائه کند. در این مطالعه از گام‌های پنج‌گانه فراتحلیل استفاده شده است (تصویر دو).

زیربن مایه	آرامش	تقسیم وظایف	امنیت	روابط زناشویی و ارتباط عاطفی زوجین(طلاق-روابط فرازناشویی)	روابط جنسی قبل و بعد از ازدواج	روابط صمیمی با خانواده	دیدگاه به طلاق و ازدواج
------------	-------	-------------	-------	---	--------------------------------	------------------------	-------------------------

جدول شماره پنج-نمونه گزاره‌های منتخب در بن‌مایه آگاهی جنسیتی از بن‌مایه‌های هویت اجتماعی

بن‌مایه‌ها	زیربن‌مایه	گزاره‌ها
آگاهی جنسیتی	روابط زناشویی ارتباط عاطفی زوجین(طلاق عاطفی-روابط فرازناشویی)	اثربخش بودن آموزش استفاده از دنیای مجازی بر بهبود تعاملات زناشویی و صمیمیت روانشناختی زوجین- رضایت زناشویی معلمان متأثر از میزان و کیفیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنلاین است- بعد فردی، طلاق عاطفی را به صورت مثبت و معنادار پیش بینی می‌کند- اثربخش بودن آموزش استفاده از دنیای مجازی بر بهبود تعاملات زناشویی
	روابط زناشویی	میزان رضایت زناشویی و تفاهم زنان کاربر شبکه‌های اجتماعی بیشتر از زنان غیر کاربر شبکه‌های اجتماعی است ، به عبارتی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر رضایت زناشویی معنادار است

گام پنجم: تبدیل و ترکیب یافته‌های کیفی و ارایه یافته‌ها

تمام مفاهیم استخراج شده از پژوهشها به‌عنوان گزاره از زیربن‌مایه انتخاب شد و با درنظرگرفتن مفهوم زیربن‌مایه‌ها، در یک گزاره(مولفه) دسته‌بندی شد تا بدین ترتیب، زیربن‌مایه‌ها در غالب زیرمجموعه‌ی بن‌مایه‌ها شکل بگیرد. در جدول شماره شش و هفت به‌ترتیب گزاره-ها(مولفه‌ها)، زیربن‌مایه‌ها و بن‌مایه‌های تعارض هویت اجتماعی و فردی آمده است. در این گام اطلاعات مورد نیاز بر اساس هدف تحقق مرتب شده است.

جدول شماره شش- گزاره‌ها(مولفه‌ها)، زیربن‌مایه و بن‌مایه‌های تعارض هویت اجتماعی در مطالعات داخلی

تعارض هویت اجتماعی			
گزاره ها (یافته‌ها و نتایج)	زیربن مایه	بن مایه‌ها	پژوهشگران
اثربخش بودن آموزش استفاده از دنیای مجازی بر بهبود تعاملات زناشویی	روابط زناشویی	آگاهی جنسیتی	علیزاده‌نوشق
رضایت زناشویی معلمان متأثر از میزان و کیفیت استفاده از شبکه های اجتماعی آنلاین است			وقادوست
میزان رضایت زناشویی و تفاهم زنان کاربر شبکه های اجتماعی بیشتر از زنان غیر کاربر شبکه های اجتماعی است ، به عبارتی تأثیر شبکه های اجتماعی بر رضایت زناشویی معنادار است			مسعودی
اثربخش بودن آموزش نحوه استفاده از دنیای مجازی بر بهبود صمیمیت روانشناختی زنان			علیزاده‌نوشق
بین باورهای فراشناختی، معیارهای اخلاقی و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی با تمایل به روابط فرازناشویی در زنان مراجعه‌کننده به دادگاه‌های خانواده شهر تهران رابطه‌ی معناداری وجود دارد			
وابستگی به شبکه های اجتماعی و نارسایی هیجانی قادر به پیش بینی طلاق عاطفی زوجین می باشد			یزدان شناس
بعد فردی، طلاق عاطفی را به صورت مثبت و معنادار پیش بینی می کنند	روابط قبل و بعد از ازدواج	هویت جنسیتی(مرد و زن بودن)	یزدان شناس
بازاندیشی به عنوان یک مولفه میانی مستقیم بر هویت جنسیتی تأثیرگذار است			سیفی
مدت زمان عضویت در اینستاگرام، میزان استفاده از اینستاگرام و در نهایت رانگیزه و هدف استفاده از شبکه مذکور و بازتعریف هویت جنسیتی ،رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد			رهر مهرپور و همکاران
پافشاری رسانه‌ها برحضور و فعالیت زنان در عرصه عمومی تنها بر پایه هویت جنسی و در رقابت با مردان به عنوان پایمالکنندگان حقوق زنان صورت می‌پذیرد، که پویایی لازم را نخواهد داشت			عطارزاده
هویت جنسیتی کاربران، تحت تأثیر عضویت در فیس بوک قرار دارد. استفاده زیاد و مداوم از فیس بوک می تواند جریان هویت یابی جنسیتی را با اختلال رو به رو کند			احیایی و همکار
چگونگی تأثیرپذیری زنان از رسانه ها در بحث هویت و هویت جنسیتی بستگی به تفسیر آنان و استفاده انتخابگرانه از محتوای رسانه ی و شکل دادن به محتوای مورد علاقه آنها دارد			حاتمی و مذهبی 1390
رسانه از مدیریت فضا ناتوان بوده و دوگانه مرد/ زن به مثابه دیگری، در آن شدت بیشتری یافته است	آرامش	خانوادگی	تقی آبادی و همکاران
نارضایتی از هویت به خصوص در بُعد هویت جنسی بسیار مشهود است.			سلگی و شهبازی
فیس بوک ،تاحدودی شاهد شکسته شدن مرزهای جنسیتی دوتایی هستیم.			رضایی و دیگران
هرچه میزان سواد رسانهای شخص افزایش یابد، میزان سلامت خانوادگی افزایش یافته و در نتیجه مشکلات رفتاری-هیجانی او کاهش مییابد.			رضاداد
	تقسیم وظایف		
شبکه های اجتماعی ناپایداری در زندگی مشترک را افزایش می‌دهد	امنیت		ساریخانی
شبکه های اجتماعی مجازی باعث سستی تعامل افراد با خانواده های خود می شوند	روابط صمیمی با خانواده		قره‌باغی

حمایت‌خواه	ارزشهای خانوادگی	بین شبکه های اجتماعی مجازی و هویت نهاد خانواده رابطه معناداری وجود دارد. بدین ترتیب که برخی ویژگی های شبکه های اجتماعی مجازی از جمله محیط تعاملی، فضای صمیمی و احساس رضایت، گروه ها و اجتماعات مجازی و محتوا و تولیدات شبکه های اجتماعی تاثیر غیر قابل انکاری بر هویت نهاد خانواده و ارزش های این نهاد مقدس دارد
قربانی		شبکه های اجتماعی مجازی باعث سستی تعامل افراد با خانواده های خود می شوند.
	دیدگاه به طلاق و ازدواج	

جدول شماره هفت- گزاره‌ها(مولفه‌ها)، زیربن مایه و بن‌مایه‌های تعارض هویت فردی در مطالعات داخلی

تعارض هویت فردی			
گزاره ها (یافته‌ها و نتایج)	زیربن مایه	بن‌مایه‌ها	پژوهشگران
رسانه‌های اجتماعی و فضای مجازی تأثیر منفی بر تصویر بدن زنان نوجوان دارند	تناسبات بدن	مشخصات ظاهری	زهرای نیک‌فر
بین شبکه‌های مجازی اجتماعی و میزان رضایت پاسخگویان از ابعاد تصویر بدن شامل رضایت از تناسب بدن، ظاهر بدن همبستگی وجود دارد			سهراب‌زاده و همکاران
بین شبکه‌های مجازی اجتماعی و میزان رضایت پاسخگویان از سلامت بدن همبستگی وجود دارد	بهداشت رژیم غذایی		سهراب‌زاده و همکاران
رسانه های نوین، عامل تغییرات در نهادهای هویت ساز شده اند و فضای مجازی عوامل معناساز هویتی را دستخوش تغییر نموده است	روحیه شکننده و ظریف نوع شخصیت	ویژگیهای روانی	
از میان دو رویکرد خوش بینانه و بدبینانه به حضور زنان در فیس بوک، رویکرد خوش بینانه تایید می شود. بدین معنا که زنان کاربر حرفه ای در بخش های مختلف پروفایل فیس بوک نشان مانند پست های روی وال، عکس پروفایل، تنظیمات خصوصی، اسم پروفایل، کامنت ها، دوستان و گروه ها، بر خلاف کلیشه های جنسیتی رایج که زنان را احساساتی، مطیع، منفعل، وابسته و جذاب نشان می دهد، به شیوه های مختلف، خود را فعال، مستقل، قدرتمند و منتقد شرایط اجتماعی موجود، نشان داده اند	سطح آگاهی و مشارکت اجتماعی	اعتماد به نفس و استقلال داشتن	رضایی و دیگران
شبکه های اجتماعی مجازی منجر به رهایی ایشان از انزوای فردی و بالاتر رفتن سطح آگاهی و مشارکت اجتماعی آنان می شود		قربانی	
	انتظار از خانواده		
تأثیری معکوس میان میزان استفاده از شبکه های اجتماعی، میزان رضایت و میزان اعتماد به شبکه های اجتماعی با حجاب و پوشش کاربران وجود دارد	حجاب و پوشش	مذهبی	نعمتی فر و دیگران
شبکه های اجتماعی مجازی باعث کاهش رعایت حجاب و عفاف			قربانی
سبک های پوشش زنان در شبکه های اجتماعی مشتمل بر « قاعده محور رسمی با پوشش رسمی و رایج داخلی و پوشش کلاسیک و به سبک بین المللی - هویت مبتنی بر اسطوره های زیبایی - هویت مبتنی بر ذائقه کلاسیک پسند - پوشش کژوال و غیررسمی مطابق با معیارهای ایران ترنندی و بر اساس مد و در نهایت فعالیت مدلینگ» اشاره کرد.			امیریگ
بیشترین تغییر در هویت دینی زنان شهر تهران مشاهده می شود	عقیدتی و دینی		رهبرمهرپور و دیگران
میزان استفاده از رسانه های ارتباط جمعی (داخلی و بین المللی) و پایبندی مذهبی والدین با شدت تعارضات هویت اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد			وفادوست
رسانه باعث تضعیف شدن تمامی ابعاد هویت اجتماعی زنان تهرانی(خانوادگی، ملی، قومی و مذهبی) شده است. و بیشترین تغییر در هویت دینی است در شبکه های اجتماعی میزان ابعاد دین داری با حجاب و پوشش کاربران دارای تأثیر مستقیم و مثبت بوده است			نعمتی فر و دیگران
شبکه های اجتماعی مجازی باعث اختلال در هویت فردی و دینی می شوند.			قربانی

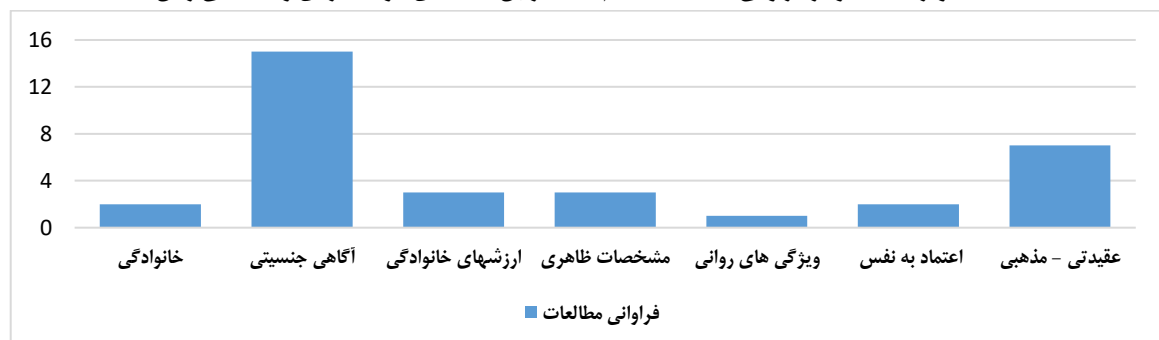
5- جمع‌بندی و نتایج

اثرگذاری رسانه بر هویت و تعارض هویتی زنان در بیشتر مطالعات مورد تاکید قرار گرفته(معروف‌پور و سفیری، 1396؛ صنعت‌خواه 1400؛ بوربور و تاجیک‌اسماعیلی 1400؛ بحرانی و همکاران 1390؛ قربانی 1397) و بر هویت خودانتخابی زنان(ربیعی، 1398) و کم رنگ شدن آن (تلیابی شیرزاد، 1394) اشاره داشته‌اند. مطالعه‌ی اثر رسانه بر هویت زنان در دهه‌ی هفتاد و هشتاد شمسی بیشتر مربوط به بحث نقش زنان بازیگر در سریالها و فیلمهای سینمایی و نقش بانوان در تبلیغات تلویزیونی در جستجوی هویت زنان بوده و کمتر به نقش رسانه‌های جمعی در اثرگذاری هویتی زنان سطح جامعه پرداخته است. امروزه با توجه به گسترش اینترنت و استفاده از ابزارهای نوین همانند تلفن همراه و پدیدارشدن رسانه‌های اجتماعی همچون شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی و اثرگذاری آن در تعارض هویتی زنان بیشتر مطالعات حاضر

پیرامون این مباحث انجام می‌پذیرد. براین اساس در مبانی‌نظری به مولفه‌های رسانه از دیدگاه شبکه‌های اجتماعی (داخلی و خارجی) و همچنین تعارض هویتی فردی و اجتماعی زنان پرداخته شد. در نهایت جمع‌بندی و نتیجه‌گیری به شرح زیر است:

- آنچه در مطالعات پژوهشهای محققین مشاهده گردید، عدم مطالعه‌ی تعارض هویتی زنان در شبکه‌های اجتماعی داخلی است. به طوری که محققین بیشتر به بررسی اثر شبکه‌های اجتماعی خارجی از جمله؛ تلگرام، اینستاگرام، فیس بوک، توئیتر و ... بر هویت زنان پرداخته‌اند.
 - بر اساس مدل مفهومی تحقیق و بررسی آماری تعداد مطالعات انجام شده، بیشترین مطالعات در مباحث تعارض هویت اجتماعی زنان رخ داده است به‌طوریکه 45٪ مطالعات به بحث رسانه و تعارض هویت اجتماعی و 30٪ رسانه و تعارض هویت فردی و 25٪ به مباحث کلی رسانه و هویت زنان پرداخته شده است.
 - در بین بن‌مایه‌های تعارض هویت اجتماعی بیشترین بحث مربوط به بن‌مایه آگاهی جنسیتی با 75٪ و در تعارض هویتی فردی بن‌مایه عقیدتی-دینی با 54٪ است. بنابراین به‌نظر می‌رسد آسیب‌پذیری هویت جنسیتی در بانوان بسیار مشهود است که اکثر پژوهشگران به این مسئله پرداخته‌اند.
 - وابستگی به شبکه‌های اجتماعی و اعتیاد به آن، با طلاق عاطفی زوجین و تمایل به روابط فرازنشویی در زنان رابطه‌ی معناداری دارد، حتی استفاده زیاد و مداوم از فیس‌بوک می‌تواند جریان هویت‌یابی جنسیتی زنان را با اختلال روبه‌رو کند. در فیس‌بوک تاحدودی شاهد شکسته شدن مرزهای جنسیتی دوتایی هستیم. بنابراین در بن‌مایه آگاهی جنسیتی به اثربخش بودن آموزش نحوه استفاده از دنیای مجازی بر روابط زنانشویی و بهبود صمیمیت روانشناختی زنان تاکید شده و این آموزش بسیار در کاهش تعارض جنسیتی بانوان موثر است.
 - هرچه میزان سواد رسانه‌ای زنان افزایش یابد، میزان سلامت خانوادگی افزایش یافته و در نتیجه مشکلات رفتاری-هیجانی زنان کاهش یافته و ناپایداری در زندگی مشترک کم شده و تعامل افراد با خانواده‌ها افزایش می‌یابد.
 - در بحث تعارض هویت فردی، «رسانه‌های اجتماعی و فضای مجازی» تأثیر منفی بر تصویر بدن زنان ایجاد کرده و آنها را ترغیب در جهت انجام عمل‌های زیبایی‌اندام خارج از عرف نموده است.
 - زنان کاربر حرفه‌ای در بخش‌های مختلف پروفایل فیس‌بوک‌شان مانند؛ عکس پروفایل، اسم پروفایل، کامنت‌ها، دوستان و گروه‌ها، خود را فعال، مستقل، قدرتمند و منتقد شرایط اجتماعی موجود نشان داده‌اند، به‌عبارتی شبکه‌های اجتماعی مجازی، منجر به رهایی زنان از انزوای فردی و بالاتر رفتن مشارکت اجتماعی آنان می‌شود اما آنچه مهم است این سطح آگاهی و مشارکت اجتماعی نباید در جهت منفی حرکت داشته و بهتر است با شناخت و آگاهی کامل صورت پذیرد.
 - شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث اختلال در هویت دینی و همچنین کاهش حجاب زنان در هویت فردی شده است.
- با توجه به جمع‌بندی و نتایج این مطالعه پیشنهاد می‌گردد؛ زیربن‌مایه‌های دیگر هم مورد مطالعه قرار گرفته و اثر رسانه بر آنها مورد بررسی پیمایشی و مطالعه عمیق کیفی قرار گیرد. آنچه در این مطالعه مشاهده گردید، عدم پژوهش اثر رسانه‌های اجتماعی داخلی بر تعارض هویتی زنان است که لازم است پژوهشگران در این رابطه، مطالعه‌ی جامع و مبسوطی به‌خصوص در بحث شبکه اجتماعی رویکا داشته باشند.

تصویر سه- نمودار فراوانی مطالعات انجام شده در بن‌مایه‌های هویت فردی و اجتماعی زنان



منابع

- بوربور، اکرم؛ تاجیک اسماعیلی، سمیه، (1400). تحلیل وضعیت هویت اجتماعی زنان شهر تهران بر اساس استفاده از رسانه‌های اجتماعی و متغیرهای زمینه‌ای، رسانه، 32(4): 131-164.
- بحرانی، شعله؛ سروش، مریم؛ حسینی، مریم؛ (1390). مقایسه جنسیتی رابطه رسانه ها، هویت و سبک زندگی در بین جوانان شیراز، مطالعات ملی، 12(3): 103-120.
- بخشی‌تلیایی، شیرزاد؛ هاشمی، شهناز؛ سلطانی فر، محمد، (1394). تاثیرات و پیامدهای منفی شبکه های اجتماعی (فیس بوک، توئیتر، لاین، وایبر) بر هویت اجتماعی کاربران، مطالعات رسانه ای، 10(30): 31-39.
- تقی آبادی، مسعود؛ تقی آبادی، حمید، (1400). نفرت پراکنی جنسیتی آنلاین در شبکه های اجتماعی (مطالعه موردی: زن ستیزی کاربران ایرانی شبکه توئیتر)، پژوهشهای ارتباطی، 28(106): 175-209.
- حاتمی، محمدرضا؛ مذهبی، سارویه، (1390). رسانه و نگرش زنان و هویت جنسیتی خود، تحقیقات فرهنگی، 4(2): 185-209.
- دانایی، ابوالفضل؛ بابائی ساروئی، مصطفی. (1396). نقش رسانه های مجازی در گرایش به هویت ملی، مطالعات ملی، 18(3): 43-68.
- ربیعی، مرجان، (1398). مطالعه فرآیند هویت یابی و سیاست زندگی زنان در شبکه های اجتماعی (مورد مطالعه: کاربران زن اینستاگرام)، رساله دکتری تخصصی، دانشگاه خوارزمی.
- رضاداد، نجمه؛ شعاعی، محمد حسین، (1399). نقش تعدیل کننده سواد رسانه‌ای در رابطه سطح سلامت خانواده و مشکلات هیجانی - رفتاری نوجوانان دین و ارتباطات، 27(1)، 323-356.
- رضایی، محمد؛ خلیلی اردکانی، محمدعلی؛ ضابطیان، بهرنگ. (1394). حیات فیس بوکی در ایران: ساخت خود زنانه در فیس بوک. مطالعات رسانه‌های نوین، 1(1): 97-125.
- رهمهرپور، بهناز؛ رشیدی، احتشام؛ دانایی، ابوالفضل، (1398). تبیین رابطه شبکه اجتماعی مجازی اینستاگرام و بازتعریف هویت جنسیتی زنان، پژوهش زنانه، 10(2): 85-112.
- ساریخانی، عباس، کمالی نهاد، محمدعلی (1400). نقش شبکه های اجتماعی و سبک های هویت زنان در ناپایداری زندگی مشترک، پویش در آموزش انسانی، 7(25): 45-160.
- سفیری، خدیجه، معروف‌پور، مینا، (1396). ارائه الگوی تعارض هویتی زنان، زن و مطالعات خانواده، 10(38): 49-76.
- سهرابزاده، مهران؛ نیازی، محسن؛ نژادی، اعظم و افرا، هادی. (1398). شبکه‌های اجتماعی مجازی و شکل‌گیری تصویر ذهنی زنان از بدنشان، زن و جامعه، 10(2): 217-240.
- سیفی، مرضیه، (1398). شبکه های اجتماعی مجازی و هویت جنسیتی با تاکید بر بازاندیشی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا (س)، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی.
- صنعت‌خواه، علیرضا، (1400). بررسی رابطه استفاده از رسانه‌ها با هویت اجتماعی و سبک زندگی زنان مورد مطالعه :کارمندان زن شهرستان جیرفت)، وسایل ارتباط جمعی، 1(130): 185-210.
- عطارزاده، مجتبی، (1388). رسانه ها و بازتاب هوی تزن در عرصه عمومی، جله علمی -پژوهشی تحقیقات زنان، 3(1).
- علیزاده‌نوشق، حمیدرضا، (1399). بررسی اثربخشی آموزش نحوه استفاده از دنیای مجازی با تاکید بر تلفن همراه بر بهبود تعاملات زناشویی و صمیمیت روانشناختی زوجین، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل، دانشکده علوم انسانی.
- فراهانی، حجت الله؛ موقت، لیلدا؛ الهیاری، عباسعلی؛ روشن چسلی، رسول؛ دهقانی آرمی، فاطمه، (1402). فراتحلیل و فراتکمیل در عمل همراه با کاربست R، روانشناسی بالینی و شخصیت، 21(2): 205-221.
- فلاحی، پوران، (1399). پیش‌بینی تمایل به روابط فرازناشویی بر اساس باورهای فراشناختی، معیارهای اخلاقی و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی در زنان مراجعه کننده به دادگاه‌های خانواده شهر تهران، پایان‌نامه کارشناس ارشد، دانشگاه پیام نور استان البرز، مرکز پیام نور کرج.
- قرباغی، حسن؛ یوسفی افراشته، مجید؛ صالحی، وحید. (1397). تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر حجاب و عفاف، هویت دینی و فردی، تعامل با خانواده و افسردگی و انزوا در بین جوانان، 17(42).
- کیانی، مژده. (1398). هویت جنسیتی کاربران شبکه های اجتماعی؛ تحلیل گفتمان کامنت های کاربران شبکه های اینستاگرام و تلگرام. مطالعات رسانه‌ی نوین، 5(20): 149-177.
- مسعودی، امیدعلی، (1399). فهم کنش زنان کنشگر کمپین «چهارشنبه های سفید» (مورد مطالعه: شبکه اجتماعی اینستاگرام، 1397)، پژوهشهای ارتباطی، 24(1): 123-142.
- مسعودی، شهلا، (1395). مقایسه رضایت زناشویی و سبک‌های تفکر خانواده بین استفاده‌کنندگان از شبکه اجتماعی و افرادی که فاقد آن هستند، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی.
- معروف‌پور، مینا؛ سفیری، خدیجه. (1397). تبیین جامعه شناختی عوامل موثر بر تعارض هویتی زنان نقه، مطالعات زن و خانواده، 6(2): 225-255.

میراشه، سمیه، (1391). تعارض‌های هویت اجتماعی سنتی و مدرن و عوامل موثر بر آن (مطالعه موردی زنان 24 تا 34 ساله شهر قزوین)، پایان‌نامه کارشناس ارشد، دانشگاه الزهرا (س)، دانشکده اقتصاد و حسابداری.

نعمتی‌فر، نصرت‌الله؛ صفورایی‌پاریزی، محمدمهدی، (1398). بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر حجاب و پوشش کاربران با تأکید بر ابعاد دین داری (مورد مطالعه: کاربران زن شبکه اجتماعی اینستاگرام)، دین و ارتباطات، 26(1): 325-362.

نیک‌فر، زهرا، (1402)، رابطه فضای مجازی با روابط عاطفی خانواده، هویت یابی و رضایت از تصویر بدنی دختران مقطع متوسطه اول شهر نقاب در سال تحصیلی 1402-1403، پایان‌نامه کارشناس ارشد، موسسه آموزش عالی بیهق، گروه روانشناسی.

وفادوست، زهرا. (1399). بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی با رضایت زناشویی معلمان زن شهر کرمان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.